

Semana Farroupilha



Porto Alegre | sexta-feira e fim de semana, 19, 20 e 21 de setembro de 2025

Caderno Especial do Jornal do Comércio

ABCC/DIVULGAÇÃO/JC



Tradição movimenta negócios no RS

Nos 190 anos da Revolução
Farroupilha, cultura regional gera
renda e mantém cadeia produtiva

Ícone da cultura regional, o Cavalo Crioulo é mais do que um companheiro do gaúcho na lida do campo, tendo se tornado fonte de renda e gerando negócios em todo o RS

Reportagem Especial

Tradicionalismo lembra a história e movimenta a economia

Nos 190 anos da Revolução Farroupilha, elementos da cultura regional geram renda e emprego no Estado

Ana Esteves, especial para o JC

A tradição gaúcha, marcada por elementos como o chimarrão, a pilcha, o cavalo crioulo e o turismo histórico, vai muito além da preservação cultural: ela movimenta a economia do Rio Grande do Sul e reforça a identidade de um povo que se orgulha de suas origens e que, em 2025, comemora os 190 anos da Revolução Farroupilha.

O tradicionalismo, organizado por meio dos Centros de Tradições Gaúchas (CTGs), se tornou um dos pilares não só do folclore regional, mas também de um setor que gera emprego e renda, fomenta o turismo e impulsiona a produção local.

Um estudo realizado pela Feevale, em parceria com o governo do Estado, revelou que o tradicionalismo movimentou, apenas em 2023, R\$ 4,5 bilhões, em diferentes setores e manifestações culturais, representando uma força econômica relevante no Estado, com 0,70% de participação no Produto Interno Bruto (PIB) gaúcho. "Atividades ligadas ao tradicionalismo, como festas, danças, gastronomia e artesanato, consumo de erva-mate, de churrasco, os rodeios, a criação do cavalo crioulo, a moda, têm um impacto real no desenvolvimento econômico regional. Isso sugere que o apoio a essas atividades pode resultar em benefícios econômicos sustentáveis a longo prazo", afirma o coordenador do estudo, economista e professor da Feevale, José Antônio Ribeiro de Moura. Entre as atividades vinculadas ao tradicionalismo que mais movimentaram a economia, conforme a pesquisa, estão rodeios (R\$ 2 bilhões), festas (R\$ 613,4 milhões), música (R\$ 220 milhões), Cavalo Crioulo (R\$ 1 bilhão), radiodifusão (R\$ 2,3 milhões), projetos culturais (R\$ 65,8 milhões), erva-mate (R\$ 396 milhões), cutelaria (R\$ 96 milhões) e churrasco (R\$ 106,5 milhões).

O professor chama a atenção para a contribuição dos rodeios e do cavalo crioulo, assim como



TÂNIA MEINERZ/JC

Acampamento Farroupilha é somente um dos inúmeros eventos que impulsionam os negócios relacionados ao tradicionalismo no Estado

das festas campeiras. Somente em 2023, foram realizados 3.264 rodeios, um aumento de 15% em relação ao ano anterior. "São 3,2 mil festas por ano, uma média impressionante de mais de 60 a cada fim de semana. Dessas, 9% são grandes eventos; 48%, médios; e 43%, pequenos, os quais geraram, somente com inscrições, R\$ 980 milhões. Além disso, o investimento em rodeios, festas campeiras e torneios de tiro de laço foi de cerca de R\$ 1,3 bilhão, totalizando um consumo de mais de R\$ 2 bilhões", detalhou.

Para Moura, a cultura do Rio Grande do Sul é rica e proporciona desenvolvimento. O estudo foi descontinuado em 2025, em função das enchentes que abalaram, de forma excepcional, os dados, com queda de 22% nos eventos como as festas campeiras, apenas para citar um exemplo. "Temos a intenção de reeditá-lo e ampliar o escopo, pois acreditamos que a influência do tradicionalismo na economia ultrapassa 1% do PIB. A dificuldade de mensurar objetivamente o impacto econômico da cadeia produtiva, tendo em vista o alto índice de informalidade (as estatísticas econômicas são frágeis, não captam o

informal nem desdobram os dados por unidade da federação) e a incorporação dos dados por outros setores", avalia Moura.

Ao que tudo indica, os reflexos da enchente ficaram no passado, e a recuperação segue em expansão. Prova disso foi a 48ª Expointer que recebeu mais de 1 milhão de visitantes, o maior público da história do evento, e movimentou mais de R\$ 4,4 bilhões em negócios. O impacto positivo da feira também se refletiu na economia local. Apenas o comércio instalado no Parque de Exposições Assis Brasil registrou faturamento superior a R\$ 15,8 milhões, segundo levantamento da prefeitura de Esteio. Além disso, a taxa de ocupação hoteleira da região chegou a 83%. "O Rio Grande do Sul apresenta grande potencial de crescimento de seus produtos tradicionais, proporcionando desenvolvimento regional, uma vez que a maioria dos gaúchos continua bastante próxima às tradições, que vão além do churrasco, do chimarrão e das vestimentas, incluindo um senso de pertencimento", acrescenta Moura.

O tradicionalismo é rico e tem personalidade própria: ganha destaque especial no mês de

setembro, principalmente por conta das comemorações da Semana Farroupilha, e a vida no campo e as tradições gaúchas são temas muito valorizados. Quanto o tradicionalismo movimenta anualmente no Estado dá a capacidade, segundo o economista da Feevale, de planejar melhor as políticas públicas para o setor, além de buscar incentivos e fomento para essa cadeia produtiva que gera desenvolvimento e renda em cada município gaúcho. "O estudo contempla diversos benefícios e serve de base para políticas públicas de fomento às tradições, sendo um setor econômico e cultural extremamente importante, ligado à nossa identidade e ao nosso desenvolvimento. Como um gestor público vai propor uma política e dirigir recursos, transportar para o turismo, por exemplo", diz Moura.

Para ele, discutir a relevância da tradição é fundamental para refletir e manter práticas tradicionais em um cenário em que os modismos podem oferecer vantagens financeiras imediatas, especialmente quando a promessa de lucro fácil é irresistível.

O estudo mostrou que o tradicionalismo une as pessoas em torno de interesses comuns, forta-

lecendo laços, condição vital para a resiliência das tradições, pois uma comunidade coesa é mais capaz de preservar e transmitir sua herança cultural. "Cabe destacar o grande interesse dos tradicionalistas em participar do estudo, devido à importância para novos projetos, abrir novos parceiros e trazer investimentos para o movimento", acrescenta o estudioso.

O estudo foi coordenado pela Universidade Feevale, em parceria com a Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico (Sedec), e contou com a participação das pastas do Turismo (Setur), da Cultura (Sedac) e da Agricultura, Pecuária, Produção Sustentável e Irrigação (Seapi).

Essa foi a primeira pesquisa mostrando o tradicionalismo como um setor produtivo e que se dedicou ao mapeamento de eventos, como rodeios e festas, de itens culturais, como pilchas e alimentos. O estudo ocorreu de julho de 2023 a abril de 2024, com nove eixos categorizados e mensurados. O método de trabalho incluiu formulação de hipóteses, análise dos segmentos do tradicionalismo e definição de coleta de dados, entre outros instrumentos.

Reportagem Especial

Pesquisa quantifica o PIB do Cavalo Crioulo no Brasil

Raça Crioula injeta R\$ 3 bilhões por ano na economia do Rio Grande do Sul

Ana Esteves, especial para o JC

Com um trote firme e olhar atento, sob o comando do punho forte do gineite, o Cavalo Crioulo, um dos símbolos máximos do tradicionalismo gaúcho, representa a resistência de um animal cunhado para o trabalho a campo e que, nos últimos tempos, também tem demonstrado sua potência econômica. Dados preliminares de um estudo realizado pela Esalq/USP indicam que a raça Crioula injeta R\$ 3 bilhões por ano na economia do Rio Grande do Sul, ou seja, cada cavalo traz mais de R\$ 8,9 mil em receita para a sociedade.

O estudo foi encomendado pela Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos (ABCCC) e deve ser apresentado até o final do mês de setembro de forma estratificada. "O cavalo não é apenas uma paixão ou um hobby de luxo. Há uma geração de emprego e renda fantástica atrelada a ele. Com essa pesquisa, vamos trazer o exato valor disso tudo", salienta o presidente da ABCCC, César Augusto Rabassa Hax. A pesquisa revelou ainda que a raça gera 15 mil empregos diretos dentro da porteira, sem considerar 21 setores paralelos como selarias, provas, leilões, vestuário, mídias, transporte, entre outros.

O levantamento do PIB do Cavalo Crioulo Nacional irá mensurar a movimentação econômica da raça



Ícone da identidade do gaúcho teve comercialização de R\$ 14,5 milhões nos leilões na Expointer

e deve se transformar em ferramenta para o projeto da expansão que, neste ano, completa 10 anos de investidas do Oiapoque ao Chuí. "Estamos começando a conhecer nossa expansão e a entender o que precisamos fazer", salienta Hax, confiante de que ainda há muito a ser conquistado. Entre as tendências para a raça, indica aumento de sócios na chamada Região Oito, que inclui estados fora do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Prova disso é a participação de animais nesta Expointer, que tem 20 exemplares vindos desse polo de expansão.

Segundo o gerente de expansão da ABCCC, Gerson de Medeiros, o

Cavalo Crioulo está presente em todos os estados brasileiros, com destaque para utilização na lida de campo. Em segunda colocação, aparece o uso de animais para práticas esportivas, principalmente nas provas de laço e Team Penning. "A expansão vai passar por maior expressão nas categorias esportivas no Brasil. Respeitando a cultura das regiões, o Cavalo Crioulo tem muito a crescer. O laço é uma modalidade com potencial exponencial, visto que 80% dos cavalos que laçam hoje são Crioulos", informou Medeiros.

O trabalho de expansão capitaneado pela ABCCC teve início pelo estado de São Paulo, região com

Cavalo Crioulo tem eventos em 10 estados

- 35 cidades em 2023
- 57 cidades em 2024
- Receita aumentou 14% ao ano nos últimos 4 anos

vasta agenda de provas equinas com manejo de gado. "Fomos estudando esse mercado e abrindo agendas nas diferentes regiões. Hoje temos provas em todos os estados do Brasil", disse. Segundo ele, a agenda do Cavalo Crioulo deve seguir a rota do boi: ganhando o Sudeste e depois avançando para

o Centro-Oeste, Norte e Nordeste. Entre os potenciais mercados para 2026, está o uso em vaquejadas, provas tradicionais nos estados do Norte e Nordeste. "Uma das características da raça é a adaptação. O Cavalo Crioulo sai do extremo sul aqui com temperaturas negativas e vai para o Nordeste com mais de 40°C. Ele é muito resistente e resultado de anos de seleção", ressaltou.

O ícone da identidade do gaúcho teve comercialização de R\$ 14,51 milhões nos seis leilões da raça Crioula durante a 48ª Expointer. "O Cavalo Crioulo está expandindo seus horizontes e ganhando força tanto no uso na lida quanto em atividades esportivas" afirma Hax. O valor comercializado foi justificado pelo incremento do fluxo de novos investidores e pela ampliação do número de animais nos criatórios. Além disso, Hax destaca o avanço da raça em estados do Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

Mas o cavalo Crioulo não rende lucros apenas com a comercialização de animais. Durante os nove dias de Expointer, os lojistas localizados na Cidade do Cavalo também fizeram bons negócios. Os dados finais estão sendo tabulados, mas, segundo Hax, o balanço preliminar indica movimentação de 20% a 30% superior neste ano em relação a 2024. "Ano passado tivemos as dificuldades decorrentes da enchente, mas, mesmo assim, as vendas foram muito boas. Neste ano, conseguimos novo incremento." Entre os setores com melhor resultado estão os lojistas de roupas, calçados e indumentária gaúcha.

A febre das provas equestres faz gineite criar escola para atender alunos carentes



Provas equestres têm crescente interesse de adultos e crianças

Viver a infância a trote ou a galope no lombo de um cavalo é um privilégio gigante e cria memórias para sempre. E são essas recordações que o gineite Tomaz Gonçalves compartilha com os alunos e alunas da escola de equitação dele, muitos deles crianças carentes e que sempre sonharam em aprender a montar. "Montei o Centro de Treinamento Tomaz Gonçalves e começamos a trabalhar no projeto Mais Selas, Menos Telas como forma de ajudar as crianças a se desenvolverem, ajudar a transformar a vida dessas crianças", afirma o gineite. A iniciativa aproxima as crianças do convívio com os cavalos, como forma de desfrutar mais do mundo real,

e deixar o virtual e o celular de lado.

O crescente interesse de adultos e crianças pelas provas como o Freio de Ouro, faz a procura pelas aulas aumentar e a necessidade de criar um sistema de bolsas para crianças carentes. "Muitas vinham assistir às aulas, mas os pais não tinham condições de arcar com o valor do curso. Então, junto com o Rochet, goleiro do Inter e com o ex-jogador colorado Carlos de Pena, criamos um projeto social entre amigos", explica o gineite. São cinco padrinhos, com mais de 20 crianças apadrinhadas. Gonçalves conta que a rotina como gineite e todos os prêmios conquistados no Freio de Ouro estão ligados à infância que teve

junto com os capatazes da estância, os peões, a ida para as competições junto com o pai, que também era gineite. "Ganhei o primeiro Freio Jovem com cinco anos de idade e, desde muito novo, o pai usou o cavalo para me ensinar a ter comprometimento e dedicação", acrescenta.

O sucesso do centro de equitação foi tanto, que foram feitas parcerias com outras escolas, em municípios como Santana do Livramento, em Bagé e fora do Estado, no Paraná e em Santa Catarina. O plano agora é tocar um projeto de expansão para o exterior. "Nossa intenção é levar a marca, abrir uma escola no Uruguai para mostrar a nossa cultura e a do Cavalo Crioulo", explica Tomaz.



4

Porto Alegre | Sexta-feira e fim de semana, 19, 20 e 21 de setembro de 2025

Semana Farroupilha

Reportagem Especial

Indumentária gaúcha segue tradição no campo e vira tendência na cidade

O setor de vestuário tradicionalista cresce a cada ano

Ana Esteves, especial para o JC

A indumentária típica gaúcha é uma das expressões mais visíveis da cultura do Rio Grande do Sul: botas, alpargatas, bombachas, a pilcha completa são muito usadas a campo, por serem resistentes, práticas e confortáveis. E, ao mesmo tempo que seguem a tradição Pampa à fora, chegaram na cidade como tendência da moda, mantendo sua essência e adaptando-se às realidades das grandes metrópoles. O setor de vestuário tradicionalista cresce a cada ano, em função de uma maior qualificação de design, conforto e qualidade das roupas e acessórios. "Tivemos crescimento de 25% em vendas, na Expointer, em relação a 2024. A moda campeira vem crescendo justamente porque vem se consolidando no bom gosto", diz a empresária proprietária da Talabarta, de Porto Alegre, Valesca Fonseca, loja especializada em indumentária gaúcha.

A chegada da moda gaúcha à cidade fez brotar versões repaginadas de itens clássicos, como bombachas, botas e boinas, que se renovam sem romper com a tradição, incorporando novas estampas, cortes e texturas para agradar aos mais variados públicos. As prateleiras da Talabarta estão cheias de bombachas, camisas, coletes e todo tipo de vestuário, seja para quem trabalha no campo, tem o costume de montar a cavalo ou para quem simplesmente gosta do dress code. "Quem lida com cavalos busca estar bem-apresentado, mantendo a identidade cultural, mas com um toque de modernidade que liga o campo à cidade", destaca. A bombacha, segundo ela, segue sendo peça-chave, como símbolo que ultrapassa a funcionalidade e elemento de orgulho e de tradição, mas que admite evoluções. "Ela também evolui, seja através da escolha de tecidos ou

em detalhes como bolsos, botões ou passadores de cinto, sem descaracterizar sua essência", explica Valesca, reforçando que a moda é elemento da cultura e que não sairá de cena nunca.

Já as alpargatas, item obrigatório na mala dos gaúchos, seguem em alta, como é o caso da loja Haoni, de Sapiranga, que reforça a ligação histórica desse calçado com a cultura gaúcha. "É uma tradição entrelaçada com a nossa cultura", destaca Adriel Scheffer Amado, da Haoni, lembrando que, para atender a um público cada vez mais conectado com as novidades, abastece os mostruários com combinações ousadas, que incluem bico de uma cor e estampa de outra. A moda gaúchesca também chegou às joias, especialmente quando o tema é amor ao cavalo. As peças que eternizam os animais, lapidando-os em ouro e pedras preciosas, chamam atenção, como mostrou a Tulipas Joias, presente nas etapas do Freio de Ouro e provas da associação.

O vice-campeão do Big Brother Brasil (BBB), Matheus Amaral, ajudou a popularizar um dos itens



Valesca é proprietária da Talabarta, localizada em Porto Alegre

mais utilizados da indumentária gaúcha: a boina. Confeccionadas por artesãs de Alegrete, terra natal de Amaral, as peças são uma espécie de obra de arte, um trabalho muito minucioso. "Até me emociono, pois, quando saí do programa, não tinha noção do que estava vivendo. Quando cheguei à minha cidade, muitas pessoas me disseram: eu ganhei dinheiro graças a ti. Gracias por falar da nossa boina", lembra ele. Em fun-

ção da alta demanda por peças do vestuário tradicionalista, Amaral decidiu ampliar seus negócios e apostar na confecção de uma linha exclusiva de alpargatas. "São calçados universais, confortáveis. Pensei em algo que todos pudessem usar, abrindo caminho para um público grande", indica, de olho nas vendas nacionais. As novas apostas do brother seguem no caminho de tornar mais populares, na cidade, os costumes vindos do

campo e, por isso, também terá uma marca exclusiva de erva-mate. "Lançamos recentemente e está sendo um sucesso. Durante a Expointer, foram vendidos mais de uma tonelada do produto" comemora Amaral.

O vice-presidente de Comunicação da Associação Brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos (ABCCC), Daniel Jaeger Gonçalves da Silva, afirma que o crioulista tem uma relação com seus animais que se externa em diferentes áreas. "Ele é lida de campo, esporte e também dita a vestimenta de gerações. Ao longo dos anos, a indumentária mudou e temos peças para agradar todos os gostos. E assim, a paixão pelo Cavalo Crioulo movimenta o mundo da moda, gerando renda e empregos para diferentes empreendedores. Aqui, junto à sede da ABCCC, em Esteio, temos um segmento que só cresce e se atualiza, ditando tendências e inovando sempre", destaca.



No campo, a pilcha tem um foco muito mais funcional do que estético. As bombachas — calças largas presas com bota ou alpargata — são essenciais, pois oferecem mobilidade para montar a cavalo e realizar tarefas rurais. A camisa é, geralmente, de tecido leve e de manga longa para proteção contra o sol e o frio. O lenço no pescoço pode ter cor neutra e serve tanto como proteção quanto como símbolo tradicional. Já o chapéu, de aba larga, protege do sol e da chuva. O cinto largo (guaiaca), que pode carregar facas ou outros instrumentos, é indispensável no trabalho diário.

Já na cidade, a bombacha pode ser usada de forma versátil. "Com tênis, scarpin, botas, pode ser usada com uma t-shirt ou camisa especialmente entre as mulheres. Uma moda campeira, mas com aprimoramento", diz Valesca.

Nos eventos culturais, em CTGs ou festas tradicionalistas como a Semana Farroupilha, a pilcha ganha contornos mais simbólicos. Nesse caso, o traje segue regras mais rígidas definidas pelo Manual de Indumentária do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG), com variações permitidas de acordo com o contexto: campeira, de gala, artística. Para os homens, a bombacha é combinada com botas, camisa social, colete ou jaqueta, e lenço, muitas vezes preso com um anel de couro (guadamecil). Chapéus e guaiacas mais trabalhadas completam o visual. Para as mulheres, o vestido de prenda é indispensável: longo, rodado, com rendas, babados e cores vivas.



Matheus Amaral, ex-BBB, popularizou o uso da boina e tem linha de produção de alpargatas



Do orgulho e da tradição, nasce a força que move o Rio Grande do Sul.

Há 80 anos, o **Sistema Fecomércio-RS/Sesc/Senac e IFEP** fortalece o comércio de bens, serviços e turismo, gerando oportunidades e impulsionando o crescimento em todo o nosso Estado.

Na Semana Farroupilha, nossa homenagem ao povo gaúcho e à tradição que transforma o Rio Grande do Sul.

Saiba mais



Fecomércio RS
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | IFEP

80 anos
Ao lado dos gaúchos

**6**

Porto Alegre | Sexta-feira e fim de semana, 19, 20 e 21 de setembro de 2025

Semana Farroupilha

Reportagem Especial

ABCC/DIVULGAÇÃO/JC

Turismo de tradição busca autenticidade e vivência do dia a dia do gaúcho



Parceria com o Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) pretende transformar a cultura do Rio Grande do Sul em experiência turística

Ana Esteves, especial para o JC

O turismo voltado à tradição gaúcha é um dos grandes motores da economia do Rio Grande do Sul. Eventos como o Acampamento Farroupilha, que deve receber mais de 2 milhões de visitantes em 2025, movimentam diretamente setores como hospedagem, alimentação, transporte e comércio, reforçando a importância dessa modalidade para o desenvolvimento regional.

Os turistas que buscam esse tipo de experiência procuram justamente a autenticidade: vivenciar o chimarrão, a música, as danças, a culinária típica, os rodeios e a hospitalidade nos Centros de Tradições Gaúchas. Para ampliar essa oferta, a Secretaria de Turismo (Setur) criou o Programa O Sul Tchê Espera, com investimento de R\$ 214 milhões e que reúne um conjunto de medidas voltadas à promoção dos destinos gaúchos e ao fortalecimento do turismo como vetor estratégico de desenvolvimento. O programa articula ações com entidades do setor, campanhas de divulgação e incen-

tivo à qualificação da oferta turística nos municípios. "A iniciativa nasce como uma grande articulação para impulsionar o turismo nas nossas regiões. Mais do que um programa, é um movimento que valoriza quem somos e projeta o Rio Grande do Sul como destino de oportunidades, cultura e desenvolvimento", frisa o secretário estadual de Turismo, Ronaldo Santini.

Um dos destaques é a parceria com o Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG), que contará com R\$ 3,5 milhões para transformar a cultura do Rio Grande do Sul em experiência turística. A iniciativa vai valorizar os Centros de Tradição Gaúcha (CTGs) como espaços de recepção de visitantes, promoção de vivências e fortalecimento do turismo cultural em todo o RS.

O Estado já tem uma grande alavanca do turismo, que é a Serra Gaúcha – Gramado, por exemplo, ficou em 2º lugar na categoria melhores destinos da América do Sul no prêmio Travellers' Choice – Os melhores dos melhores de 2025, da plataforma de viagens Tripadvisor. Agora, a missão é promover aquilo que é peculiar daqui, sem descaracterizá-lo. "Esses esforços se somam a investimentos expressivos em promoção, como a campanha nacional Viva o Inverno Gaúcho, que contou com R\$ 40 milhões e mais de 50 ações promocionais em diferentes mercados, e o estímulo ao fluxo turístico regional", diz Santini.

Cenário da Revolução foca em turismo histórico

O turismo histórico tem se destacado entre as pessoas que apreciam conhecer mais a fundo o passado dos gaúchos. É o caso dos turistas que visitam a Fazenda da Tafona, em Cachoeira do Sul (RS), em busca de detalhes sobre como era a rotina do local que foi cenário da Revolução Farroupilha. Havia uma clareira onde escondiam os cavalos na época da guerra, uma trincheira na volta toda da casa e mais de 3,5 mil documentos como a carta dizendo "falei com o Imperador e ele disse para parar com as intrigas". A casa com paredes brancas e aberturas em terracota é datada do início do século 19 e foi tombada pelo Instituto de Patrimônio Artístico, Histórico e Cultural do Estado (Iphae), em 2016. "No local, trabalhavam pessoas escravizadas e, por isso, junto com o Movimento Negro, foi criado o Território Negro da Fazenda da Tafona e pedimos perdão. E também para ir contra o apagamento da história dos negros", afirma a proprietária da fazenda, Marô Vieira da Cunha Silva, que ao lado do marido Marco Aurélio de Castro administra o local. O nome Tafona remete ao moinho de farinha de mandioca e de polvilho que funcionava na

ARQUIVO PESSOAL/JC



Marô e Marco Aurélio são proprietários da Fazenda da Tafona

propriedade. Ainda hoje é possível encontrar a estrutura original utilizada no processo.

A obra da Fazenda teria iniciado em 1813. Na época foi chamada de Estância São José, propriedade de José Vieira da Cunha, português radicado no Brasil e que se casou com a filha de João Pereira Fortes, um sesmeiro de Rio Pardo, que ajudou a construir o Forte de Rio Pardo.

A visita ao local é feita mediante agendamento, ocorre uma vez por mês e tem crescido a cada ano. "As pessoas se emocionam quando nos visitam, por conta de ter uma história vida das pessoas escravizadas", diz Marô. A casa é dividida em uma área com museu, onde são expostos documentos e móveis antigos e outra área residencial, onde moram os proprietários.

Reportagem Especial

Tradição da erva-mate é mantida, mas consumo per capita caiu no RS

Redução do consumo é apenas um dos problemas que têm agravado a crise do mercado gaúcho de erva-mate

Ana Esteves, especial para o JC

O gaúcho não vive sem cevar e degustar um bom chimarrão, mas essa prática vem perdendo adeptos. Dados da Emater-RS apontam que o consumo per capita de erva-mate caiu de 11 quilos para 9 quilos por ano no Rio Grande do Sul, fenômeno verificado após a pandemia. “O hábito de compartilhar o mate caiu bastante e levou o consumo para baixo também”, afirma o Extensio-

nista Rural da Emater/RS-Ascar e coordenador da Câmara Setorial da Erva-mate do Estado do Rio Grande do Sul, Ilvandro Barreto de Melo.

Segundo o especialista, a redução do consumo é apenas um dos problemas que têm agravado a crise do mercado gaúcho de erva-mate, assim como a concorrência de produtos que chegam de outros estados, como Santa Catarina e Paraná, e da redução dos preços para os produtores. “Estamos passando pela pior crise do setor ervateiro da história, uma crise mercadológica, por super-oferta de produto oriundo de outros estados e países, como Argentina e Uruguai”, afirma Melo.

Entre os motivos está o incentivo de Santa Catarina e Paraná com a retirada de 5% de valores de tributação do produto, fazendo com que ele

chegue ao RS muito mais competitivo com a erva-mate gaúcha. O segundo problema é a perda de dois quilos per capita no consumo de chimarrão, agravando a sobra de produto no mercado, impactando nos preços ao produtor, mas se mantendo nos mesmos patamares nas gôndolas dos supermercados. “São problemas complicados que estão abalando o setor, não só no RS, mas no Brasil. Sobre o valor da erva, só quem leva vantagem é o supermercado que não reduziu a faixa de ganho. O que deve seguir por, pelo menos, mais dois a três anos, para retornar à normalidade”, prevê.

O valor alto do quilo para o consumidor fez inclusive com que houvesse uma mudança de hábito na hora de consumir o mate: o tamanho da cuia deixou de ser a grande,



Consumo de erva-mate por pessoa caiu de 11 quilos para 9 quilos

tradicional, para uma versão pocket, que possibilite reduzir a quantidade de erva. Se numa cuia grande se consegue apenas seis cevaduras, em uma pequena, chega a 14. “A grande procura é por porongos pequenos, típicos da região de Santa Maria, e não mais a cuia casco-grosso, da região de Vicente Dutra, que é aquela cuia gigante” avalia.

A estiagem também abalou os ervais que tiveram queda na produ-

ção da média de 310 mil, em anos normais, para 280 mil toneladas. O momento, agora, é de recuperação já que as chuvas mais regulares têm permitido a boa manutenção das plantas. “Vamos conseguir manter a produtividade e ter um aumento na produção”, diz o extensionista. A produção de erva-mate envolve 14 mil produtores, 250 indústrias e o mercado de erva-mate movimentou mais de R\$ 1 bilhão.

O Boticário celebra a beleza da cultura gaúcha com arte, experiências imersivas e descontos especiais

A beleza de ser gaúcho está nos encontros, nas cores da bandeira, no mate compartilhado e no orgulho de um povo por sua história. Para celebrar este mês especial, o Boticário, marca de beleza preferida da região Sul*, lança a campanha “A Beleza de ser gaúcho”, um convite para valorizar a cultura e as tradições locais a partir do olhar do próprio gaúcho. A proposta é enaltecer o jeito único de viver no Rio Grande do Sul, onde o simples ganha sentido, os encontros se tornam especiais e a identidade cultural é motivo de orgulho.

As ações da campanha acontecem em diferentes

pontos do Estado e contam com a visão artística do muralista gaúcho Kelvin Koubik, responsável por uma ilustração exclusiva que estampará toda a identidade visual, presente em peças de mídia, brindes e ativações em shoppings e espaços culturais.

“Esta ilustração nasceu do desejo de celebrar a essência do Rio Grande do Sul. Busquei representar a força da natureza gaúcha, os símbolos que marcam a identidade do Estado e, principalmente, as relações humanas que sustentam o afeto e a coletividade. O chimarrão, presente como elo de encontro e partilha, e o verde, que representa a vida e



Campanha “A Beleza de ser gaúcho”

a terra fértil, são fios condutores desta criação”, explica o artista.

Entre as ativações, loun- ges especiais em shoppings da região metropolitana e do interior vão receber o público com ambientação temática, espaço para descanso e carregamento de celular. No local, um totem interativo fará a pergunta que dá nome à campanha: “O que é a beleza de ser gaúcho?”, as respostas poderão ser registradas junto a fotos persona-

lizadas, além de garantir um brinde especial.

As frases coletadas nessas experiências também ganharão vida em uma intervenção artística no Cais Embarcadero, em Porto Alegre, onde o Boticário inaugura um espaço decorado com a arte exclusiva de Kelvin Koubik, no dia 19 de setembro, aberto ao público. A ativação, que estará disponível até julho de 2026, contará com ação de experimentação, descanso, promotória

com gamificação e mimos.

“O Boticário tem uma história construída lado a lado com os gaúchos há mais de quatro décadas. Com esta campanha, queremos traduzir esse sentimento em experiências que conectam, inspirem e celebrem o que o Rio Grande do Sul tem de mais especial: sua cultura e suas pessoas. É uma forma de reforçar o quanto a marca se orgulha de fazer parte da rotina dos gaúchos, levando beleza, conexão e afeto para o dia a dia de cada um”, afirma Jacqueline Tobaru, Diretora de Marketing Regional do Boticário.

Além das ativações da campanha, durante todo o mês de setembro, O Boticário oferece descontos de até 50% em fragrâncias selecionadas. A promoção é válida em todas as lojas físicas da marca no Rio Grande do Sul.

*Fonte: Kantar, Worldpanel Division, PanelVoice, campo realizado durante o mês de Dezembro de 2024. Total Sul, 984 lares. Marcas de Beleza são produtos como perfumaria, cuidados com a pele e maquiagem.

Conteúdo produzido pelo

Núcleo-i
Conteúdo multimídia patrocinado

para O Boticário

O Boticário/ Divulgação/ JC



8

Porto Alegre | Sexta-feira e fim de semana, 19, 20 e 21 de setembro de 2025

Semana Farroupilha

A guerra e a tradição

Há 190 anos, RS se rebelava contra o Império e forjava uma cultura regional

Impacto da Revolução Farroupilha persiste até hoje na criação da identidade do gaúcho

Juliano Tatsch

Foi em 1º de março de 1845, um sábado, em Ponche Verde, região que pertencia na época ao município de Dom Pedrito, que o então Barão de Caxias, Luís Alves de Lima e Silva, e o general Farroupilha David Canabarro assinaram o tratado que encerrou as hostilidades e deu fim àquele que foi o mais longo conflito armado civil ocorrido no Brasil em toda a sua história.

Há 190 anos o RS entrava em guerra contra o império, e há 180 anos, a paz voltou a se fazer presente nestas bandas ao Sul do Brasil após uma década em que os campos do Pampa gaúcho se tornaram cenários de batalhas e escaramuças, onde o tilintar das espadas se chocando se misturou com os estampidos e explosões dos canhões e pistolas e o sangue que manchou a terra desenhou uma tradição e escreveu um dos capítulos mais extraordinários da história gaúcha e brasileira.

A guerra não foi uma das mais mortíferas já ocorridas no País – estimativas apontam entre 2,9 mil a 3,4 mil mortes no período, o que daria menos de uma morte por dia. Em termos de comparação, a Guerra do Contestado, que ocorreu entre 1912 e 1916 em Santa Catarina e no

Paraná teria resultado na morte de até 20 mil pessoas.

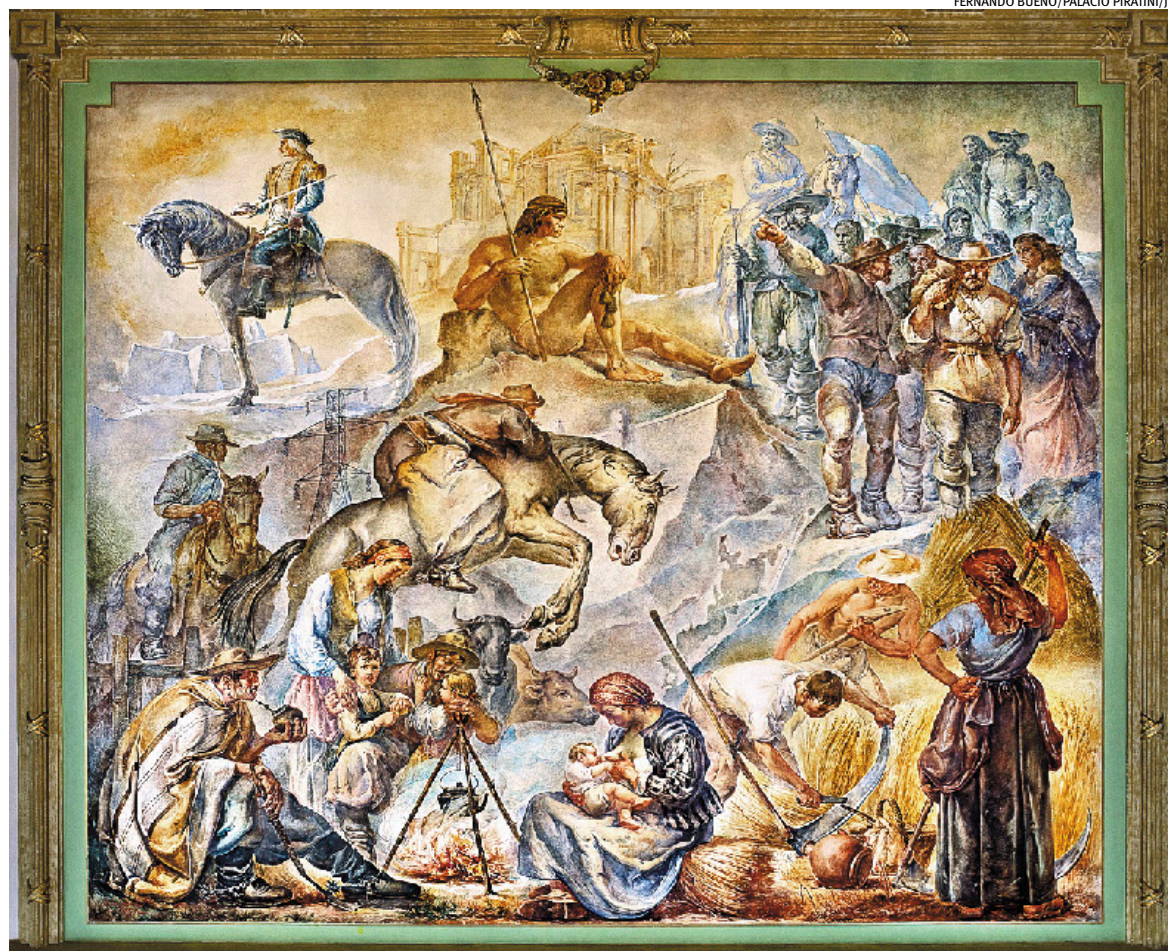
Mas o impacto da Revolução Farroupilha não se dá em razão dos números. O imaginário é algo que não se contabiliza em dados, a cultura está além das planilhas, dos livros e pesquisas, a tradição não se alimenta de análises.

É costume se dizer que o gaúcho é muito bairrista, que valoriza além da conta as suas coisas, seus feitos, que é deveras apegado àquilo que é seu. De certa forma, isso está certo. E, muito provavelmente, por isso mesmo, conseguiu romper as fronteiras geográficas, simbólicas e culturais que a distância e a diversidade nacional impõem a tudo aquilo que não está no centro.

O célebre escritor russo Liev Tolstói (1828-1910) cunhou uma frase que dá o tom de como o apego àquilo que é seu impacta na repercussão e no alcance geral das coisas feitas localmente: “Se queres ser universal começa por pintar a tua aldeia.”

E, se tem uma coisa que o gaúcho sabe fazer bem é pintar a sua aldeia com cores vivas e vibrantes. Cores que se desfraldam na bandeira e que se tornam voz ao ressoar das primeiras notas do hino rio-grandense.

No dicionário, o significado da palavra tradição é “comunicação oral de fatos, lendas, ritos, usos, costumes, de geração para geração”. No Rio Grande do Sul, a exaltação das coisas locais teve início em momento de massificação cultural no pós-guerra, na segunda metade da década 1940.



“A formação histórico-etnográfica do Rio Grande do Sul”, de Aldo Locatelli, está exposta no Palácio Piratini

O filósofo francês Gilles Lipovetsky salienta “quanto mais o mundo se globaliza, mais os particularismos e as exigências identitárias ganham importância”. Ou seja, paralelamente ao declínio das identidades nacionais, caminha a ascensão das identidades regionais, como uma forma de resistência a esse movimento de unificação cultural global.

E foi exatamente isso que se deu no RS. A própria Carta de Princípios do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) aprovada em 1961 indica quais os objetivos do movimento.

Além de “cultuar e difundir nossa história, nossa formação social, nosso folclore, enfim, nossa Tradição, como substância basilar da nacionalidade” e promover “uma retomada de consciência dos valores morais do gaúcho”, o movimento coloca como um dos seus princípios “criar

barreiras aos fatores e ideias (...) que sejam diametralmente opostos ou antagônicos aos costumes e pendores naturais do nosso povo”, e “zelar pela pureza e fidelidade dos nossos costumes autênticos”.

Ou seja, o movimento tradicionalista surge com esse olhar profundamente local, com uma dose de repúdio às coisas que vêm de fora objetivando preservar e realçar o que chamava de “costumes autênticos”.

Costumes esses que, na prática, são resultado de um grande caldeirão cultural, que reúne ingredientes de diversas fontes.

O gaúcho em si, esse indivíduo pintado como um tipo social único, enraizado no Pampa, como se tivesse brotado pronto da terra, é, na verdade, uma figura de uma diversidade ímpar. O homem que vivia nessa região ao Sul do continente

era um indivíduo com características fronteiriças, fruto de grande miscigenação de etnias e com forte influência indígena.

Essa formação tão diversificada se deu naturalmente, pelo convívio e troca culturais e pode ser conferida na obra “A formação histórico-etnográfica do Rio Grande do Sul” (1955), do artista Aldo Locatelli, exposta no Palácio Piratini, em Porto Alegre. Ali estão presentes o português, o indígena, a mulher, o tropeiro, o camponês. A grande ausência sentida no afresco do artista é a do negro. Mulheres e homens negros tiveram papel fundamental na formação do Rio Grande do Sul, seja pela contribuição cultural, seja pela força de trabalho, seja pela bravura nos campos de batalha. Ainda assim, foram esquecidos na obra que retrata a formação do povo gaúcho.

Acampamento Farroupilha espera receber mais de 2 milhões de pessoas

Pela 43ª vez, gaúchos e gaúchas se reúnem no Acampamento Farroupilha para celebrar o 20 de Setembro e valorizar a cultura e as tradições regionais. Aberto oficialmente no dia 7 de Setembro, o evento segue até 21 de setembro, no Parque Maurício Sirotsky Sobrinho, reunindo 236 piquetes em uma área de 100 mil metros quadrados.

A programação cultural tem como tema Ondas curtas para uma história longa – o centenário de Darcy Fagundes e os 70 anos do

Grande Rodeio Coringa.

A expectativa é ultrapassar 2 milhões de pessoas no evento, que funciona de domingo a domingo, das 9h às 24h. O patrono é o tradicionalista Rene Barbachan, um dos pioneiros do acampamento.

Mais de 120 atrações musicais e artísticas estão programadas para ocorrerem nos palcos. Os shows ocorrem das 16h à meia-noite, também com entrada gratuita.

Confira a programação musical dos últimos dias de Acampamento:

19/09 - SEXTA-FEIRA

📍 PALCO JAYME CAETANO BRAUN

🕒 18h • Marcello Caminha
🕒 19h50min • Os Antigos (Miguel Marques e Nenito Sarturi)
🕒 21h50min • Grupo Toque de Cordeona

📍 PALCO NICO FAGUNDES

🕒 14h • CTG Roda de Chimarrão
🕒 14h40min • Declamação - Erico Padilha
🕒 15h • Trova - Rangel Lacerda x Clódís
🕒 16h • Paysanos
🕒 17h • Pepeu Gonçalves

20/09 - SÁBADO

📍 PALCO JAYME CAETANO BRAUN

🕒 15h • Cerimônia de Encerramento Extinção da Chama
🕒 16h30min • Maria Luiza Benitez
🕒 18h • Flávio Hanssen
🕒 19h50min • Cláudio Vargas e Grupo Gana Missioneira
🕒 21h50min • Rogério dos Reis

📍 PALCO NICO FAGUNDES

🕒 14h • CTG Valentines da Tradição
🕒 15h • Trova - Clódís Rocha x Tetê Carvalho
🕒 16h • Valdir Verona e Rafael de Boni

🕒 17h • Fofa Nobre

21/09 - DOMINGO

📍 PALCO JAYME CAETANO BRAUN

🕒 17h • Paulo Costa
🕒 19h • Jairo Lambari Fernandes
🕒 20h40min • Eduardo Carrão

📍 PALCO NICO FAGUNDES

🕒 14h • CTG
🕒 14h40min • Declamação - Andrea Eloi
🕒 15h • Trova - Anderson Brum x Vitor Hugo
🕒 16h • Pedro Guerra e Nilton Jr.

20 de setembro

No Dia do Gaúcho, o Jornal do Comércio celebra a coragem de um povo que luta por **liberdade e justiça**.



Jornal do Comércio

92 anos de história e compromisso com o Rio Grande do Sul.

JC | 92 ANOS

Curiosidade

E se os Farrapos tivessem vencido a guerra?

O que teria acontecido? Como seria o Rio Grande do Sul atual caso o resultado da guerra tivesse sido outro?

Juliano Tatsch

Muito se fala sobre o Rio Grande do Sul comemorar uma guerra em que foi derrotado pelas forças do governo central. Não chega a ser incomum a celebração de derrotas, desde que elas representem a bravura daqueles que a travaram contra contingentes mais numerosos, preparados e melhor equipados ou homenageie a memória dos que lutaram e pereceram nos campos de batalha enfrentando os inimigos. Mas, e se, por acaso, os farroupilhas liderados por Bento Gonçalves

tivessem obtido uma vitória contra os imperiais comandados pelo Barão de Caxias? O que teria acontecido? Como seria o Rio Grande do Sul atual? Bento Gonçalves da Silva seria o grande herói nacional, algo comparável ao que Simon Bolívar é para a Venezuela ou Artigas é para o Uruguai. Seu rosto, assim como o de outros líderes farroupilhas como David Canabarro e Antônio de Souza Netto, estaria estampado nas notas da moeda nacional que poderia muito bem se chamar Pila, consagrando o uso corrente da palavra pelo gaúcho para se referir ao dinheiro. O Jornal do Comércio se permitiu fazer um exercício de imaginação e projetar um cenário em que a República Rio-Grandense venceu a guerra e se tornou um país independente. Como seria?

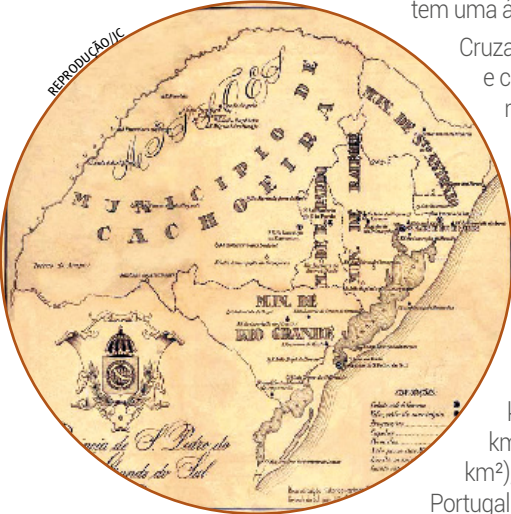
Economia

Se fosse um país, a República Rio-Grandense teria um Produto Interno Bruto (PIB) maior do que o de alguns outros países continente. Com um valor de **US\$ 130,5 bilhões em 2024**, a economia gaúcha seria maior do que a da Venezuela, que, em 2024, teve um PIB ao redor dos US\$ 119,8 bilhões. A economia do RS também seria mais pujante do que a do Uruguai, que, no ano passado, registrou um PIB na casa dos US\$ 81 bilhões. O RS também teria um PIB superior ao do Paraguai que, em 2024, foi de US\$ 44,4 bilhões, e ao da Bolívia, que foi de US\$ 49,6 bilhões. Em comparação com a Europa, utilizando dados do Banco Mundial relativos ao ano passado, o nosso PIB seria superior ao de países como a Bulgária (US\$ 112,2 bilhões), a Croácia (US\$ 92,5 bilhões), a Sérvia (US\$ 89,0 bilhões) e a Lituânia (US\$ 84,8 bilhões).



Território

A República Rio-Grandense seria um país médio no continente. Com uma área territorial de 281.707 km², o **RS seria maior do que o Equador (276.842 km²)** e o Uruguai (176.215 km²). O RS também seria maior que a Guiana (214.969 km²) e o Suriname (163.820 km²). Em termos de comparação, o Brasil, sem o Rio Grande do Sul, teria um território de 8.234.060 m². Já a Argentina tem uma área de 2.780.400 m².



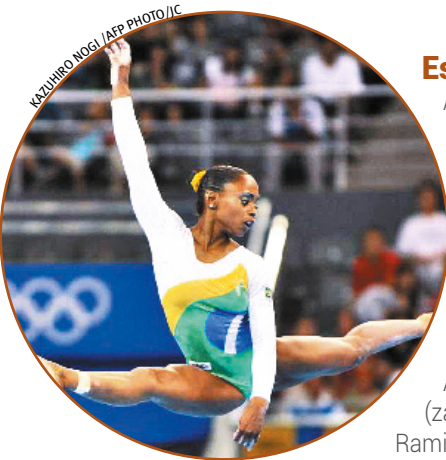
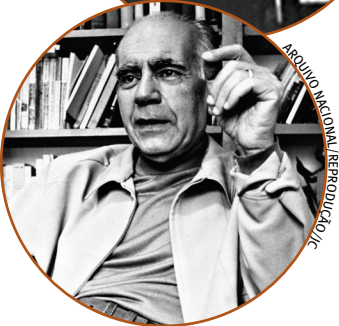
Cruzando o Oceano Atlântico e comparando o território rio-grandense com o dos países europeus, o RS é maior que a maioria das nações do Velho Continente. A hipotética **República Rio-Grandense seria maior que 41 dos 51 países da Europa**, incluindo o Reino Unido (244.820 km²), a Romênia (237.500 km²), a Bielorrússia (207.600 km²), a Grécia (131.940 km²) e Portugal (121.787 km²).

População

Com uma população de estimada de 11.233.263 pessoas, conforme dados de agosto deste ano do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Rio Grande do Sul, caso fosse um país independente, teria mais habitantes do que quatro países sul-americanos: **Paraguai:** 7,01 milhões de habitantes **Uruguai:** 3,3 milhões de habitantes **Guiana:** 835 mil de habitantes **Suriname:** 639 mil de habitantes Em relação aos países europeus, a nação dos gaúchos teria mais habitantes do que países como República Tcheca (10,8 milhões), Portugal (10,7 milhões), Suécia (10,5 milhões), Grécia (10,3 milhões), Hungria (9,5 milhões) e Áustria (9,1 milhões).

Artes

E os principais expoentes das artes da nação rio-grandense, quem seriam? Na **música**, **Elis Regina** é imbatível como a maior intérprete independente do gênero. Impossível deixar de falar também de nomes como Nelson Gonçalves, Adriana Calcanhotto, e os tradicionalistas Pedro Ortaça, Telmo de Lima Freitas, Teixeira, Gilde de Freitas, Noel Guarany, Jaime Caetano Braun, Cenair Maicá, entre tantos outros representantes da música regional. Entre os compositores, **Lupicínio Rodrigues**, recém homenageado por lei como patrono da Música Popular Brasileira, é um ícone da cultura brasileira e seria, certamente, o principal autor da Música Popular Gaúcha, a MPG. Geraldo Flach, Bebeto Alves, Nei Lisboa, Vitor Ramil, Kleiton e Kledir, Nelson Coelho de Castro, Gelson Oliveira são outros expoentes. No pop e no rock, Engenheiros do Havai e Nenhum de Nós são ícones que ultrapassam gerações. Ao lado deles, nomes como Cachorro Grande, TNT, Cascavelletes, Ultramen, Armandinho, os Replicantes, Bixo da Seda, Bidê ou Balde também são destaques, entre tantos outros. No **cinema**, Jorge Furtado, Ana Luísa Azevedo, Giba Assis Brasil, Oto Guerra, Carlos Gerbase, Sérgio Silva são cineastas de destaque. Atores e atrizes de ponta? Teríamos muitos: Walmor Chagas, Glória Menezes, José Lewgoy, Sheron Menezes, Carmem Silva e Werner Schunemann são apenas alguns. Já na **literatura**, **Erico Verissimo** com o seu épico regional *O Tempo e o Vento* é unanimidade. Seu filho, Luis fernando Verissimo também é nome de destaque, assim como Moacyr Scliar, Dyonélio Machado, Josué Guimarães, Simões Lopes Neto e o eterno poeta Mario Quintana.



Esportes

A República Rio-Grandense não poderia ser considerada uma potência mundial no futebol atual. Ainda que tivesse uma equipe competitiva, até no continente, o selecionado gaúcho teria dificuldades para obter uma vaga à Copa do Mundo. Com boa parte das joias formadas em suas categorias de base "importadas" de outros estados, o RS se mantém como um formador de talentos, mas a maioria deles garimpados em outras regiões do Brasil. Uma possível **seleção rio-grandense de futebol** em 2025 seria: Alisson (goleiro), William (lateral-direito), Léo Ortiz (zagueiro), Ibañez (zagueiro), Alex Telles (lateral-esquerdo), Rodrigo Dourado (volante), Ramiro (volante), Roger Guedes (meia-atacante), Tetê (meia-atacante), Raphinha (meia-atacante) e Everaldo (centroavante). Se o exercício fosse ampliado para montar uma **seleção gaúcha de todos os tempos**, a dificuldade não seria achar jogadores, e sim escolhê-los, tamanha a quantidade de craques que por aqui nasceram. Taffarel, Eurico Lara, Mauro Galvão, Aírton Pavilhão, Everaldo, Branco, Paulo Cesar Carpegiani, Batista, Dunga, Gessy, Alcindo Martha de Freitas, Ronaldinho Gaúcho, Tesourinha, Carlitos, Renato Portaluppi são apenas alguns dos nomes que poderiam ter representado as cores do RS. Já quando se fala em **outros esportes**, o RS brilha com nomes de peso como João Derly e Mayra Aguiar (ambos campeões mundiais de Judô), **Daiane dos Santos** (campeã mundial de ginástica artística), os medalhistas olímpicos no vôlei Paulão, Janelson, Gustavo Endres, Murilo Endres e André Heller. A surfista Tatiana Weston-Webb, nascida em Porto Alegre, e medalhista de prata nas Olimpíadas de Paris também entra no rol dos maiores atletas nascidos no Rio Grande do Sul.

Memória

A redescoberta da participação dos lanceiros negros na Revolução Farroupilha

Exposição e filme colocam foco na atuação dos guerreiros no conflito

Nos anos 2000, a participação dos lanceiros negros na Revolução Farroupilha e o reconhecimento desses combatentes como heróis no principal episódio da história gaúcha ganharam força, com a publicação de livros e debates sobre a história do Rio Grande do Sul. Esse movimento segue se intensificando em várias frentes agora, nos 190 anos da Revolução Farroupilha, comemorados neste sábado, 20 de setembro.

São diversas iniciativas recentes para homenagear e lembrar os lanceiros negros, como nome de CTGs, monumentos em áreas públicas e obras artísticas como músicas, peças de teatro, musical, exposição e até um filme longa-metragem.

A brava participação dos lanceiros negros na Revolução Farroupilha é o tema principal, por exemplo, de um filme longa-metragem que está sendo rodado no Rio Grande do Sul em 2025 e de uma exposição de pinturas que está aberta ao público no prédio da Assembleia Legislativa, em Porto Alegre.

As filmagens de *Porongos*, novo longa do diretor gaúcho Diego Müller, estão em andamento no interior do Estado e prometem revisitar um dos episódios mais polêmicos da Revolução Farroupilha: o Massacre de Porongos.

Trata-se da penúltima batalha da Guerra dos Farrapos, em novembro de 1844. O conflito já se arrastava há nove anos e se encaminhava para o final, com negociações de paz em andamento. Entretanto, um dos entraves era a prometida liberdade que seria concedida aos combatentes negros ao fim da guerra. O Império não aceitava, considerando que o Brasil ainda era escravocrata.

Na madrugada do dia 14 de novembro, em Cerro de Porongos, área que hoje pertence ao município de Pinheiro Machado, ocorreu uma emboscada realizada pelas tropas imperiais comandadas por Francisco Pedro de Abreu, o Moringue, que dizimou um grupo com centenas de soldados negros que faziam parte do grupo liderado por David Canabarro.

Uma corrente de historiadores defende que Canabarro teria facilitado o ataque imperial, tendo sido previamente avisado do avanço dos inimigos e desarmando os soldados negros, deixando-os à mercê do massacre que ocorreu. Isso resolveria o entrave ao acordo de paz com o Império. Há correntes de historiadores, porém, que indicam que não houve traição por parte de Canabarro e que ele teria sido pego de surpresa pelo ataque.

Ainda sem data para lançamento, o filme *Porongos* conta com um elenco de peso com nomes como Thiago Lacerda – que será Bento Gonçalves –, Samira Carvalho, Tatiana Tibúrcio e Emílio Farias.

A Assembleia Legislativa, por sua vez, recebe até o dia 26 de setembro, a exposição "Heroísmo Farroupilha – Um Outro Olhar sobre os Lanceiros Negros", do artista Zé Darci. Com entrada gratuita e curadoria de Doris Couto, museóloga do Museu Júlio de Castilhos, a mostra propõe uma reflexão sobre a participação dos combatentes negros e indígenas na Guerra dos Farrapos (1835–1845).

A coleção já percorreu importantes espaços culturais do Estado, como a Fundação Ecarta, o próprio Museu Júlio de Castilhos e o Palácio Piratini. A exposição conta com 12 pinturas épicas. Zé Darci utiliza cores intensas, composições vibrantes e paisagens dramáticas para enaltecer a valentia dos lanceiros negros e resgatar seu protagonismo.



Artista Zé Darci retrata em cores vivas o massacre de soldados negros em Cerro dos Porongos, em 1844



DETALHE DE OBRA DE ZÉ DARCI/ACERVO MH/C/DIVULGAÇÃO/JC

Mostra com obras sobre os lanceiros está em exibição na Assembleia Legislativa, com entrada franca



GM2 FILMES/DIVULGAÇÃO/JC

Com rodagens no interior do RS, o filme *Porongos* trará para a telona o protagonismo dos lanceiros



Lucas Lima
Músico, compositor
e associado Sicredi.

Somos do Sul, somos do Brasil. E celebramos nossa tradição.

Para o Sicredi, a Semana Farroupilha reforça a história e as conquistas de um povo que, com coragem e força, luta pelo que acredita. Por isso, temos a maior rede de agências do Estado, atuamos em todo o Brasil e, há mais de 120 anos, impulsionamos o desenvolvimento do nosso povo e da nossa terra.

Abra sua conta.



É ter com
quem contar.

